

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kota Semarang. (2022). Retrieved from <https://semarangkota.bps.go.id/>
- CantikCitra.co. (2022). Retrieved April 16, 2022, from <https://www.cantikcitra.co.id/products/body-lotion.html>
- Elango, S., & Suryakumar, M. (2022). Entrepreneurial Celebrity endorsement and its Influences on Purchase Behaviour. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, (0123456789). <https://doi.org/10.1007/s13198-022-01734-x>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2007). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Himawan, S. Y., & Harnaji, B. (2021). Pengaruh Iklan , Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nivea (Survei pada Mahasiswi Pengguna Produk Nivea di Kota Yogyakarta). *Seminar Nasional Diseminasi Hasil Penelitian 2021*.
- Hutagaol, R. S. R., & Safrin, F. A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening. *Journal of Social Research*, 1(7), 761–772. <https://doi.org/10.35797/jab.8.1.2019.23499.44-54>
- Janna, N. M. (2020). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar*, (18210047), 1–13. Retrieved from <https://osf.io/v9j52/download>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principal of Marketing* (15e ed.; S. Wall, Ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Principal of Marketing, fifteenth edition* (fifteenth). New Jersey: pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th Jilid). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14e ed.). Uppler Saddle River: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). Harlow: Pearson. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Markplus.inc. (2020). ZAP Beauty Index 2020 | 1. In *ZAP Beauty*.

- Nazzla R, A. (2021, September 20). Kota Semarang Masuk Salah Satu Kota Terpanas Di Indonesia. *Bisnis.Com*. Retrieved from <https://semarang.bisnis.com/read/20210920/535/1444417/kota-semarang-masuk-salah-satu-kota-terpanas-di-indonesia>
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (M. A. Susanto, Ed.). Pradina Pustaka.
- Octadelfira, T., Zulkarnain, & Syapsan. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Pasar Oleh-Oleh Modern Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(2), 572–596.
- Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *Technobiz: International Journal of Business*, 3(2), 31–36. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2015). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.
- Prakarsa, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10180>
- Putriani, A. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 142–150.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: PT Indeks.
- Setiagraha, D., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Susetyo, D. (2021). Effect Of Word of Mouth, Price Perception, and Product Quality on Purchase Decision Pempek the Local Culinary Products in Palembang City. *International Journal of Social Sciences*, 4(1), 52–59. <https://doi.org/10.31295/ijss.v4n1.1125>
- Solomon, M. . (2002). *Customer Behavior, Buying, Having, and Being*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: KENCANA.
- Sugiyono. (2007). Statistika Untuk Penelitian. In M. P. Dra. Endang Mulyatiningsih (Ed.), *Statika Untuk Penelitian* (Edisi 12, Vol. 12). Bandung: CV.ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian* (Edisi 22). Bandung: CV.ALFABETA.

Top Brand Award. (2022). Retrieved from Top Brand Award website:
<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Wulandari, L., & Saragih, D. R. U. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Watsons dan Guardian Mall Cipinang Indah*. 6, 16330–16339.